

PENGARUH STORE LAYOUT DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN INDOMARET SATRIA JAYA TAMBUN UTARA

Tuti Setyani¹, Fino Wahyudi Abdul²

Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami^{1,2}

Email : tutisetyani54@gmail.com¹, Finowahyudi71@gmail.com²

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords :

store layout, product diversity, purchasing decision

This study aims to determine how store layout and product diversity affect the purchasing decisions of customers at Indomaret Satria Jaya, Tambun Utara. In this study, data was collected through questionnaires. The population in this study were customers who visited Indomaret Satria Jaya. This research used a quantitative method, with a sample consisting of 52 people. Data analysis was performed using the SPSS 25 program.

The results of this study indicate that based on the T test, it is known that Store Layout (X1) has a positive effect on Purchasing Decisions (Y), with a value of 13,784; while Product Diversity (X2) has a positive effect on Purchasing Decisions (Y), with a value of 14.075. The F test results indicate that the Store Layout and Product Diversity have a positive or significant effect on Purchasing Decisions. The results of the R2 determination test show a value of 95.8%, which means that the Store Layout and Product Diversity affect the Purchasing Decisions, with the remaining 4.2% being influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan retail yang semakin menjamur membuat pemilik bisnis retail harus mampu mengantisipasi persaingan yang ada. Dalam mengikuti perkembangan pada sektor retail maka *retailer* harus selalu mengikuti perkembangan yang terjadi untuk memenuhi permintaan konsumen. Upaya yang dilakukan dalam mempertahankan setiap konsumen, seperti berinovasi dengan menciptakan sesuatu yang belum dimiliki dan mengembangkan apa yang menjadi keunggulan perusahaan. Industri ritel yang diketahui saat ini terbagi atas ritel modern dan ritel tradisional. Begitu banyaknya ritel modern berkembang, salah satunya yang mudah dijumpai masyarakat adalah *Minimarket*. Untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik maka perusahaan melakukan berbagai cara. Hal ini tidak terlepas dari faktor kenyamanan, pelayanan, efektifitas dan efisiensi yang menjadi perhatian bagi konsumen saat berbelanja. Maka dalam menarik dan mempertahankan konsumen perusahaan tidak hanya dengan memberikan diskon, *doorprize*, *midnight sale* dan promosi lainnya. Salah satu hal yang dapat dilakukan dalam menarik dan mempertahankan konsumen dengan cara menyajikan *store layout* yang nyaman bagi konsumen. *Layout* yang baik dapat memudahkan konsumen pada saat mereka memilih barang yang diinginkan, serta ada cukup ruang bagi konsumen untuk bergerak dan berpindah tempat dengan leluasa. Produk yang beragam juga menjadi salah satu alasan tingginya animo masyarakat dalam melaksanakan proses pembelian. Penelitian ini dilakukan di salah satu gerai Indomaret yaitu Indomaret Satria Jaya Tambun Utara.

Permasalahan yang terjadi di Indomaret Satria Jaya tambun Utara yaitu penumpukan barang yang berlebihan di area jalur rak sehingga membuat *space* ruang pada toko tersebut menjadi sempit. *Store layout* dan penataan barang didalam toko yang dirasa terlalu penuh sesak karena jumlah barang yang dipajang terlalu banyak sehingga mengakibatkan terganggunya mobilitas konsumen. Permasalahan lainnya, keragaman produk di Indomaret Satria Jaya sering terjadi produk kosong pada beberapa item sehingga membuat konsumen harus memilih merek lain. Keanekaragaman produk menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja karena konsumen akan lebih memilih membeli produk yang dibutuhkan ditoko yang sama daripada harus berpindah-pindah toko.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara ?
2. Seberapa besar pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara ?
3. Seberapa besar pengaruh *store layout* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara?

Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Satria Jaya Tambun Utara.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Satria Jaya Tambun Utara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Store layout* dan keragaman produk di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara

KAJIAN LITERATUR

Ritel

Menurut Utami (2010) Ritel dapat diartikan dari asal katanya yang berasal dari bahasa Perancis, *ritellier*, yang berarti memotong atau memecah sesuatu.

Jenis-jenis Ritel sebagai berikut :

1) Toko Khusus

Menyediakan lini produk yang sempit dengan beragam barang yang cukup dalam untuk setiap lini contoh toko pakaian . toko olahraga.toko mebel dan toko buku

2) *Departemen store*

Menjual beberapa Lini produk biasanya pakaian , perabotan rumah tangga dengan masing-masing lini dioperasikan sebagai suatu departemen terpisah yang dikelola oleh seorang bagian pembelian khusus.

3) Pasar swalayan

Toko dengan ukuran relative besar, biaya rendah, bervolume besar dan swalayan yang didesain untuk melayani beragam kebutuhan konsumen seperti makanan, pencuci pakaian dan perawatan rumah.

4) Toko kelontong

Toko kecil yang terletak didekat daerah pemukiman dengan jam buka lama 7 hari seminggu dan menjual lini terbatas barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan tingkat perputaran tinggi.

Produk

Menurut Kotler dalam buku H.Abdul Manaf (2016:255) mengemukakan produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, informasi dan ide .

Secara umum, pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya yaitu daya tahan tubuh, wujud dan penggunaan.Menurut Kotler dan Ketler(2016:29) megklasifikasikan produk yang terdiri dari :

- 1) Klasifikasi produk berdasarkan wujudnya
- 2) Klasifikasi Produk berdasarkan kegunaannya

Store layout

Menurut Tampubolon (2018) *Layout* Ritel pengalokasian tata letak mengikuti selera pelanggan, atau diusahakan dapat memberi kesegaran dan daya tarik bagi pelanggan dimana setiap waktu (mingguan atau bulanan) dilakukan pergeseran tata letak dengan tujuan tempat semula tujuan barang dipindahkan ketempat lain untuk mengetahui pandangan pelanggan sehingga dapat menciptakan persepsi bagi pelanggan.

Menurut Berman dan Evan (2010:509) pada poin ini elemen elemen *store layout* adalah :

- Allocation of floor Space* (alokasi lantai ruangan) Setiap toko memiliki sejumlah ruangan untuk mengalokasikan penjualan , produk yang dijual , karyawan dan konsumen .
- Traffic Flow* (pola arus lalu lintas) dibagi menjadi dua dasar yaitu, arus lalu lintas lurus dan arus lalu lintas membelok.
- Product groupings* (pengelompokan produk) barang barang yang dipajang dan dikelompokkan

Keragaman Produk

Menurut Utami 2006 keragaman produk adalah sejumlah kategori barang barang (produk) yang berada didalam toko atau departemen store. Toko dengan banyaknya jenis barang dagangan atau produk dapat dikatakan mempunyai keluasan yang bagus .

Dimensi dari keragaman produk menurut Kotler & keller (2011),antara lain :

- 1) Lebar : suatu bauran produk mengacu pada beberapa banyak lini produk yang berbeda dimiliki perusahaan tersebut.
- 2) Kedalaman
Suatu bauran produk menunjukan berapa banyak barang yang berbeda yang ditawarkan tiap produk dalam lini. Misalnya : ukuran dan formulanya
- 3) Keluasan
Suatu bauran produk mengacu pada jumlah seluruh barang dalam bauran tersebut.
- 4) Konsistensi

Bauran produk tersebut mengacu pada seberapa erat hubungan berbagai lini produk dalam penggunaan akhir ketentuan produksi atau hal-hal lainnya.

Keputusan Pembelian

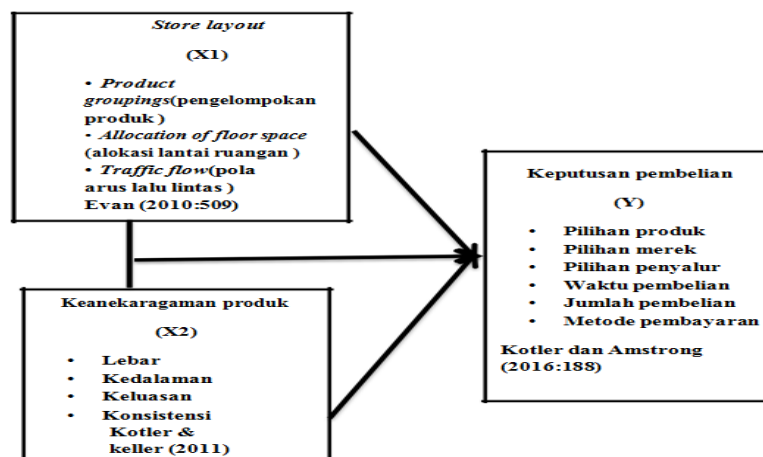
Menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang,jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Kotler dan Amstrong (2016:188) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut :

- Pilihan produk
- Pilihan merek
- Pilihan penyalur
- Waktu pembelian
- Jumlah pembelian
- Metode pembayaran

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas. maka kerangka pikir yang dibahas dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 pengaruh *store layout* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN**Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Jenis data dan analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam tingkat eksplanasi menggunakan penelitian deskriptif. Metode penelitian ini menggunakan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi dimasa lampau atau saat ini ,tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam,dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Operasional Variabel

Tabel 1 indikator variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Store Layout (XI)	1. Product Groupings (Pengelompokan produk)	1. Penempatan dan pengelompokan Barang dagangan
	2. Allocation Of Floor Space (Alokasi lantai ruangan)	2. Pengaturan yang memudahkan Konsumen berjalan
	3. Traffic flow (pola arus lalu lintas) Evan (2010:509)	3. sirkulasi jalan Bisa untuk bersimpangan
Keragaman produk (X2)	1. Lebar	1. Varian merek produk
	2. Kedalaman	2. Variasi kelengkapan produk
	3. Keluasan	3. Variasi ukuran produk
	4. Kosistensi Kotler dan Keller (2011)	4. Variasi kualitas produk Utami (2006:116)
Keputusan pembelian (y)	1. Pilihan produk	Kemantapan pada 1. sebuah produk
	2. Pilihan merek	Memberikan 2. rekomendasi kepada orang lain
	3. Pilihan penyalur	Melakukan pembelian 3. ulang
	4. waktu pembelian	4. Melakukan metode pembayaran
VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Store Layout (XI)	1. Product Groupings (Pengelompokan produk)	1. Penempatan dan pengelompokan Barang dagangan
	2. Allocation Of Floor Space (Alokasi lantai ruangan)	2. Pengaturan yang memudahkan Konsumen berjalan

Keragaman produk (X2)	3. Traffic flow (pola arus lalu lintas)	3. Pengaturan pola sirkulasi jalan
	Evan (2010:509)	Bisa untuk bersimpangan
	1. Lebar	1. Varian merek produk
	2. Kedalaman	2. Variasi kelengkapan produk
	3. Keluasan	3. Variasi ukuran produk
Keputusan pembelian (y)	4. Kosistensi	4. Variasi kualitas produk
	Kotler dan Keller (2011)	Utami (2006:116)
	1. Pilihan produk	1. Kemantapan sebuah produk pada
	2. Pilihan merek	2. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
	3. Pilihan penyalur	3. Melakukan pembelian ulang
5. jumlah pembelian	4. waktu pembelian	4. Melakukan metode pembayaran
6. metode pembayaran		
Kotler dan Amstrong (2016:188)		

Teknik Pengumpulan Data

1. *Quesioner* (Angket)

Menurut Sugiyono (2017), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya.

2. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dan dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. Sumber pengumpulan data

- Data Primer
- Data Sekunder

Populasi Dan Sampel

1. Teknik pengambilan sampel

Teknik Penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. Untuk mendapat penarikan ukuran sampel disarankan pada teknik penarikan sampel yang menggunakan rumus Slovin, Untuk Lebih jelas rumus Slovin yang dikemukakan oleh Noor (2012) yaitu : $n = \frac{N}{1 + e^2}$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Dari jumlah populasi tersebut tingkat kelonggaran ketidaktelitian 10% maka dengan menggunakan rumus diatas memperoleh sampel sebesar :

$$n = \frac{110}{1 + \frac{110(0.1)^2}{2.1}} = \frac{110}{2.1} = 52,3 \text{ orang}$$

Berdasarkan rumus slovin tersebut, peneliti menetapkan sampel sebanyak 52 orang **TEKNIK ANALISIS DATA**

1. Uji validitas reliabilitas
 - a. Uji validitas
Uji validitas berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Dalam pengujian ini taraf signifikansi 5%, suatu item pernyataan dikatakan valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$.
 - b. Uji Reliabilitas
Menurut Ghazali (2016:47), Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.
2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas
Menurut Ghazali (2011:160), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal
 - b. Uji Multikolinieritas
Menurut Sujarweni (2015) Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.
3. Uji Hipotesis
 - a. Uji T (T-test)
Uji T dilakukan untuk mengetahui signifikansi variabel bebas terikat secara parsial.
 - b. Uji F
Menurut Ghazali (2011) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen
 - c. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)
Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen
 - d. Analisis Regresi Berganda
Menurut Sanusi (2014: 134), Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih penulis adalah Indomaret Satria Jaya TTHX-KP.Gebang RT. 02/03 Desa Satria Jaya Kec . Tambun Utara Kab . Bekasi 17510 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan Reliabilitas

- a. Uji validitas
Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa semua item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki r_{hitung} dan r_{tabel} (0,279) atau nilai signifikansinya $< 0,05$. Sehingga, seluruh item pernyataan yang digunakan pada variabel store layout (X1) keragaman produk (X2) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur variabel keragaman produk (X1) store layout (X2) dan keputusan pembelian (Y) adalah reliabel karena nilai cronbach Alpha > 0,600.

Asumsi klasik

a. Normalitas

Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0.05.

Tabel 2. uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74155235
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.059
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai signifikansi 0.200 > 0.05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

		Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.444	1.177		-.227	.226	
	store layout	.586	.043	.533	13.784	.000	.575 1.739
	keragaman produk	.341	.024	.544	14.075	.000	.575 1.739

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance 0.575 > 0.1 dan VIF 1.739 < 10, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

c. Heterokedasitas

Data dikatakan tidak terjadi gangguan heterokedasitas apabila pada titik titik bergerak menyebar di sumbu x dan y. pada peneltian ini dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari gangguan heterokedasitas .

Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 4. Uji T

		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Mod		B	Std. Error	Beta	Sig.

el						
1	(Constant)	1.444	1.177		1.227	.226
	store layout	.586	.043	.533	13.784	.000
	keragaman produk	.341	.024	.544	14.075	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Kesimpulan uji T:

- 1) Store layout memperoleh nilai t hitung sebesar $13.784 > 2.010$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa store layout berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Keragaman produk memperoleh nilai t hitung sebesar $14.075 > 2.010$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F

Tabel 5. Uji F

B

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	638.032	2	319.016	557.384	.000 ^b
	Residual	28.045	49	.572		
	Total	666.077	51			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), keragaman produk, store layout

b

berdasarkan output diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, makadapat disimpulkan *store layout* dan keragaman produk berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

c. koefisien determinasi

Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2).

Tabel 6. Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.979 ^a	.958	.956	.75653

a. Predictors: (Constant), keragaman produk, store layout

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Berdasarkan output diatas didapatkan nilai R^2 sebesar 0.958, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa store layout dan keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 95.8%

d. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan output uji T di atas dapat dirumuskan persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1.444 + 0.586 X_1 + 0.341 X_2$$

PEMBAHASAN

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store layout* dan keragaman produk di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara.

Pengaruh *store Layout* terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian uji t terhadap *store layout* menunjukkan *Store layout* memperoleh nilai thitung sebesar $13.784 > 2.010$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *store layout* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian signifikan pengaruh secara sendiri dengan uji-t. Keragaman produk memperoleh nilai t hitung sebesar $14.075 > 2.010$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh *Store Layout* dan Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Satria Jaya Tambun Utara

Berdasarkan hasil pengujian signifikan pengaruh secara uji-F simultan secara bersama-sama yaitu diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan *store layout* dan keragaman produk berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

KESIMPULAN

Store layout (X1) dan keragaman produk (X2) mempunyai pengaruh sebesar 95,8% terhadap keputusan pembelian. Sehingga terbukti bahwa variabel *Store layout* dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di indomaret satria jaya.

REFERENSI

- Berman dan Evans, 2010. *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta; Pearson
- Purwantoro, P. (2019). *Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya*. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 12-17.
- Sari, I. M., & Rachmi, A. (2018). *Pengaruh Store Layout dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Sativa Kediri*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 145-148
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta :Pustaka Baru Press
- Tampubolon, Manahan. 2018. *Manajemen Operasi dan Rantai Pemasok*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Utami, Christian Widya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2*. Salemba empat. Jakarta